

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian mengenai Strategi Komunikasi Lembaga Zakat IZI Riau dalam Mengoptimalkan Pengumpulan Zakat akan dibahas dalam bab ini. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara yang dilakukan langsung di kantor IZI perwakilan Riau.

Untuk mendapatkan hasil yang baik, maka diupayakan dapat menggali informasi sebanyak-banyaknya dari informan tentang apa-apa yang dibutuhkan dalam penelitian. Hal ini mempermudah dalam menentukan faktor-faktor yang penting dan perlu dipertimbangkan dalam penelitian.

Adapun tekniknya yaitu melakukan wawancara berupa memberikan pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Selanjutnya melakukan kegiatan dokumentasi untuk memperkuat hasil dan proses penelitian. Peneliti memilih beberapa orang saja yang kiranya dapat mewakili dan memberikan informasi. Adapun yang menjadi informannya yaitu:

No	Nama	Jabatan
1	Atriadi, S.Sy	Ka.Bid EKZ (Edukasi Kemitraan Zakat)
2	Hernis Pohan, S.Ikom	Ka.Bid <i>Phone Selling</i>
3	Abdul Ghofur, SE	Ka. Bid PDG (Pendayagunaan)

#### A. Hasil Penelitian

Dengan melangkah ke tahap yang lebih tinggi yaitu bab lima ini, peneliti berusaha memaparkan hasil dari wawancara/*interview*, observasi, dan pengumpulan dokumen yang peneliti lakukan di kantor IZI Riau dalam rangka menjawab permasalahan sebagaimana peneliti kemukakan pada pendahuluan sebelumnya.

Wawancara dilakukan dengan cara komunikasi langsung dengan metode tatap muka antara peneliti dan narasumber yang berkompeten dan kredibel terhadap permasalahan yang peneliti angkat. Wawancara secara mendalam melibatkan Kepala cabang, Kepala bidang EKZ, Kepala bidang PDG, dan Kepala bidang *Phone Selling*.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi , selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Inilah sebabnya maka langkah pertama yang diperlukan adalah mengenal khalayak dan sasaran. Kemudian berdasarkan pengenalan serta komunikator dipilih, sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada. Langkah – langkahnya sebagai berikut :

1. Mengetahui khalayak
2. Menyusun pesan
3. Menetapkan metode
4. Seleksi dan penggunaan Media

#### 1. Mengetahui khalayak

Sebelum mensosialisasikan program kita harus mengetahui bahwa mengenal khalayak haruslah merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa proses komunikasi khalayak itu sama sekali tidak pasif melainkan aktif sehingga antara komunikator dan komunikan bukan saja terjadi hubungan melainkan juga terjadi proses saling memperngaruhi artinya komunikan dapat dipengaruhi oleh komunikator dan begitu juga sebaliknya.

Dalam penyusunan strategi komunikasi Lembaga Zakat IZI Riau yang menjadi khalayak itu terbagi menjadi tiga bagian.

Seperti yang disampaikan oleh buk Hernis:

Dalam mensosialisasikan program-program IZI kami membagi khalayak itu menjadi tiga yaitu: pertama itu petinggi dan karyawan di perkantoran-perkantoran yang ada di Pekanbaru, yang kedua adalah para ustad dan pengurus masjid, dan yang terakhir adalah masyarakat umum.<sup>47</sup>

Tujuan dibaginya khalayak menjadi 3 bagian itu agar lebih fokus untuk komunikator yang akan mensosialisasikan program-program tersebut.

pak Ghofur menambahkan bahwa:

<sup>47</sup>Hasil wawancara dengan Hernis, *Ka.bid phone selling IZI Riau* pada tanggal 27 maret 2019 di Pekanbaru.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Telah ada pegawai IZI yang bertugas mensosialisasikan program-program IZI ke tiap khalayak tersebut, jadi yang mensosialisasikan ke perkantoran, ke masjid-masjid, atau ke masyarakat umum itu berbeda-beda orangnya, sehingga tiap orang bisa lebih totalitas lagi dalam mensosialisasikan program-program IZI tersebut.<sup>48</sup>

Ditambahkan oleh pak Atri :

Selain pegawai, IZI memiliki relawan yang siap membantu saat diperlukan, dan setiap tahun pasti ada yang melakukan kegiatan magang di IZI, sedikit banyaknya mereka juga membantu untuk mensosialisasikan dan melancarkan kegiatan dan program-program yang IZI lakukan<sup>49</sup>.

Jadi, seluruh kegiatan dan program-program IZI, akan dibantu oleh para relawan, dan juga siswa dan mahasiswa magang yang menjadi bagian IZI.

Ditambahkan kembali oleh buk Hernis

Sebelum melakukan sosialisasi, perlu diketahui dalam mengenal khalayak ini hal yang perlu dilakukan ialah mengenal terlebih dahulu situasi dan kondisi yang layak. Hal ini dapat diketahui melalui observasi, penjajakan, atau penelitian. Hal ini telah dilakukan oleh Lembaga Zakat IZI Riau agar sasaran sosialisasinya menjadi efektif dan tepat sasaran.

Dari hasil wawancara diatas sangat terlihat bahwa mengenal khalayak merupakan proses yang sangat penting sebab merekalah yang akan menerima ide-ide dan informasi-informasi yang akan kita sampaikan. Dan dalam menentukan khalayak pun IZI telah melakukan observasi dan penjajakan terlebih dahulu. Dengan mengenal khalayak maka untuk melangkah ke proses selanjutnya lebih mudah.

## 2. Menyusun pesan

Pesan merupakan ide, gagasan yang disampaikan komunikator kepada komunikan (perorangan, kelompok, massa) dan bersifat informatif, edukatif, dan menghibur. Isi pesan dalam bidang ini yaitu sesuai dengan apa yang disampaikan oleh pak Atri selaku kepala bidang EKZ :

pesan-pesan yang disampaikan adalah pesan-pesan yang mengedukasi komunikan, sehingga sedikit banyaknya komunikan bisa mengerti tentang

<sup>48</sup> Hasil wawancara dengan Ghofur, *Ka.bid pendayagunaan IZI Riau* pada tanggal 2 april 2019 di Pekanbaru.

<sup>49</sup> Hasil wawancara dengan Atriadi, *Ka.bid EKZ IZI Riau* pada tanggal 19 maret 2019 di Pekanbaru.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengetahuan zakat, karena pengetahuan zakat ini masih sangat minim sekali di kalangan masyarakat.<sup>50</sup>

Selain dari edukasi zakat, banyak bentuk pesan yang lainnya yang dapat disampaikan kepada masyarakat.

Dipaparkan oleh buk Hernis:

Pesan yang disampaikan beragam bentuknya, bisa pesan edukasi tentang zakat bagi yang masih awam tentang zakat, bagi yang sudah menjadi mustahik tetap di IZI pesannya biasanya berbentuk alarm pengingat agar muzakki tidak lupa membayarkan zakat bulanannya, dan bagi yang sesuai sebagai mustahik, maka pesannya adalah pemberitahuan program-program IZI yang mungkin sesuai untuk diikuti oleh mustahik zakat tersebut.<sup>51</sup>

Pesan yang disampaikan dapat juga berupa pemberitahuan program-program yang mungkin dapat menarik para muzakki untuk berzakat di IZI.

Seperti yang disampaikan pak Ghofur:

Bukan hanya pengetahuan tentang zakat saja yang disampaikan, namun juga program-program yang mengedukasi dan dibutuhkan oleh masyarakat, dan bisa membuat muzakki tertarik untuk terus membayarkan zakat nya ke IZI. Seperti IZI To Succes, IZI To Smart, IZI To Fit, IZI To Iman, IZI To Help.<sup>52</sup>

Pesan yang disampaikan bukan hanya ditujukan untuk para muzakki, tapi juga untuk para mustahik zakat. Pesan yang disampaikan bisa efektif bila pesan itu mampu menarik perhatian khalayak atau membangkitkan perhatian khalayak dan juga pesan-pesan itu mudah diperoleh/didapatkan oleh khalayak.

Pesan yang disampaikan pun beragam bentuknya, tidak hanya dalam bentuk kata-kata yang disampaikan, namun ada juga dalam bentuk meme-meme atau gambar, dan brosur-brosur.

Seperti yang disampaikan pak Atri:

Pesan-pesan sosialisasi yang disampaikan oleh IZI ini ada beberapa bentuknya, seperti: meme-meme atau gambar dan brosur-brosur program, dan ada juga aplikasi yang memudahkan masyarakat untuk lebih

<sup>50</sup> Hasil wawancara dengan Atriadi, *Ka.bid EKZ IZI Riau* pada tanggal 19 maret 2019 di Pekanbaru.

<sup>51</sup> Hasil wawancara dengan Hernis, *Ka.bid phone selling IZI Riau* pada tanggal 27 maret 2019 di Pekanbaru.

<sup>52</sup> Hasil wawancara dengan Ghofur, *Ka.bid pendayagunaan IZI Riau* pada tanggal 2 april 2019 di Pekanbaru.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengetahui tentang zakat dan program-program IZI, yaitu ZakatPedia.com.<sup>53</sup>

Jadi dari hasil wawancara diatas dapat dikatakan bahwa dalam menyusun pesan IZI menyesuaikan dengan yang dibutuhkan oleh komunikan, tergantung yang diperlukan dan dibutuhkan oleh komunikan, selain menyampaikan program-program, dan kegiatan-kegiatan IZI juga ada brosur-brosur yang disebar oleh IZI untuk seluruh khalayak masyarakat. Dan IZI pun juga mengirimkan pesan-pesan pengingat untuk mengingatkan muzakki agar tidak lupa untuk membayarkan zakat, infaq, dan shadaqahnya melalui lembaga zakat IZI Riau.

### 3. Menetapkan Metode

Langkah selanjutnya dalam strategi komunikasi ialah menetapkan metode.

Dalam menetapkan metode ini, pak Atri mengatakan bahwa:

Dalam menetapkan metode kami memilih metode pengulangan. Sosialisasi dilaksanakan secara berulang dengan mengadakan pertemuan sebulan sekali dan evaluasi seminggu sekali.<sup>54</sup>

Dari hasil wawancara diatas dikatakan bahwa, dalam mensosialisasikan program-programnya IZI menggunakan metode pengulangan atau redudancy (repetition) dan metode canalizing. Pesan-pesan yang disampaikan kepada masyarakat dapat mempengaruhi khalayak untuk dapat mengikuti dan berdonasi pada program-program tersebut.

Seperti yang ditambahkan oleh buk Hernis:

Metode yang digunakan adalah metode pengulangan dan canalizing, dengan demikian cara seperti ini dapat dengan cepat mempengaruhi publik secara menyeluruh. Dengan metode pengulangan dan canalizing tersebut diharapkan khalayak akan tergugah dan berkeinginan untuk membayarkan zakat nya melalui IZI.<sup>55</sup>

Metode canalizing itu mempengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan, kemudian secara perlahan merubah sikap dan pola pikirnya

<sup>53</sup> Hasil wawancara dengan Atriadi, *Ka.bid EKZ IZI Riau* pada tanggal 19 maret 2019 di Pekanbaru.

<sup>54</sup> Hasil wawancara dengan Atriadi, *Ka.bid EKZ IZI Riau* pada tanggal 19 maret 2019 di Pekanbaru.

<sup>55</sup> Hasil wawancara dengan Hernis, *Ka.bid phone selling IZI Riau* pada tanggal 27 maret 2019 di Pekanbaru.

kearah yang kita kehendaki. Jadi cara kerja IZI itu mempengaruhi secara perlahan para khalayak, dan menyampaikan pesan secara berulang-ulang sampai mereka percaya untuk membayarkan zakatnya ke IZI, biasanya dengan cara perlahan tersebut khalayak akan susah untuk berpaling saat sudah memiliki kepercayaan terhadap IZI.

#### 4. Seleksi dan penggunaan media

Penggunaan medium sebagai alat penyalur ide, dalam rangka merebut pengaruh dalam masyarakat merupakan suatu keharusan sebab selain media massa dapat menjangkau jumlah besar khalayak, saat ini pun sepertinya kita tak dapat lagi hidup tanpa media-media sosial.

Dijelaskan oleh pak Ghofur:

Media yang digunakan IZI dalam sosialisasi massa adalah media online, yaitu media internet seperti website, blog, portal online, dan media sosial. IZI memang belum menggunakan media cetak, dan media elektronik.<sup>56</sup>

Ditambahkan oleh pak Atri:

Untuk media massa, sejauh ini IZI baru menggunakan akun website, facebook, instagram, dan aplikasi yang bernama zakatpedia.com. sejauh ini IZI belum menggunakan media cetak, dan media elektronik, jadi masih menggunakan media online saja. Seiring berjalannya waktu tentu akan ada penambahan dan pembaharuan dari IZI.<sup>57</sup>

Dipertegas oleh buk Hernis:

Dan IZI sendiri memiliki media yang tidak dimiliki lembaga zakat lain, yaitu Zakatpedia.com, melalui media ini masyarakat bisa melihat jumlah zakat yang wajib mereka keluarkan, dan bisa melihat jatuh tempo waktu pembayaran zakat kita. Media yang digunakan IZI juga memang masih terbatas, oleh sebab itu IZI masih belum terlalu dikenal masyarakat luas, tapi seiring berjalannya waktu semuanya akan diperbaharui dan IZI akan berinovasi dengan lebih baik lagi.<sup>58</sup>

<sup>56</sup> Hasil wawancara dengan Ghofur, *Ka.bid Pendayagunaan IZI Riau* pada tanggal 2 april 2019 di Pekanbaru

<sup>57</sup> Hasil wawancara dengan Atriadi, *Ka.bid EKZ IZI Riau* pada tanggal 19 maret 2019 di Pekanbaru.

<sup>58</sup> Hasil wawancara dengan Hernis, *Ka.bid phone selling IZI Riau* pada tanggal 27 maret 2019 di Pekanbaru.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari wawancara diatas dapat dikatakan bahwa media yang digunakan IZI dalam sosialisasi komunikasi massa itu masih terbatas, IZI belum menggunakan menggunakan media cetak dan media elektronik.

### B. Pembahasan

Dalam pembahasan ini peneliti akan memberikan interpretasi atau pemahaman terhadap hasil penelitian yang dilakukan. Upaya ini didasarkan pada persepsi bahwa tujuan pertama dari penelitian kualitatif adalah untuk memperoleh pemahaman makna atas realitas yang terjadi. Bersama dengan langkah ini peneliti juga berusaha melakukan analisis sehingga hasil penelitian lebih bermakna.

Untuk mengetahui bagaimana strategi lembaga Zakat IZI Riau dalam mensosialisasikan program-programnya. Dalam analisis ini peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan cara menggambarkan data yang telah didapat yang kemudian dianalisa sesuai dengan apa yang ada dilapangan.

#### a. Mengenal Khalayak

Sebelumnya kita harus mengetahui bahwa mengenal khalayak haruslah merupakan langkah pertama bagi seseorang komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Strategi komunikasi yang dilakukan IZI dalam mensosialisasikan program-programnya yang menjadi sasaran itu dibagi menjadi 3 kelompok.

Yang pertama adalah para petinggi perkantoran yang ada di Pekanbaru. Ini dilakukan agar para petinggi tersebut bisa membantu mengajak pegawai-pegawainya untuk ikut membayarkan zakat, infaq, dan shadaqahnya kepada IZI dan kalau bisa IZI bekerja sama dengan perusahaan/perkantoran tersebut. IZI juga menyiapkan sesuatu untuk perusahaan/perkantoran dengan membantu membuat pengajian yang akan diisi oleh ustad/ustadzah yang disediakan oleh IZI.

Yang kedua adalah para ustad dan pengurus masjid yang ada di Pekanbaru, bekerja samanya IZI dengan ustad dan pengurus-pengurus masjid yang di Pekanbaru itu memudahkan IZI untuk meletakkan kotak infaq di masjid tersebut, dan dengan para ustad bisa memudahkan IZI dengan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ceramah-ceramah yang beliau sampaikan nantinya mengajak para jama'ah untuk membayarkan zakat, infaq, dan shadaqahnya kepada IZI.

Dan yang ketiga adalah masyarakat umum, dengan face to face IZI menyampaikan program-program kepada perorangan dari masyarakat, terkadang ada juga masyarakat yang datang langsung ke kantor untuk mendapatkan informasi seputar IZI.

Dari hasil observasi dilapangan peneliti melihat bahwa yang dilakukan oleh IZI dalam menentukan khalayak sudah optimal, namun masih perlu dikembangkan lagi agar semakin baik kedepannya.

#### **Menyusun pesan**

Pesan merupakan ide, gagasan yang disampaikan komunikator kepada komunikan (perorangan, kelompok, massa) dan bersifat informatif, edukatif, dan menghibur. Pesan-pesan yang disampaikan oleh IZI kepada masyarakat beragam bentuknya.

Untuk masyarakat yang masih awam dengan pengetahuan zakat, infaq, dan shadaqah yang disampaikan adalah pesan-pesan edukasi tentang jumlah, waktu, dan hisab zakat, agar menambah wawasan dan ilmu masyarakat dan juga pengetahuan tentang zakat, infaq, dan shadaqah.

Untuk para muzakki zakat biasanya pesan-pesan yang disampaikan itu berupa alarm pengingat untuk tepat waktu membayarkan zakatnya dan informasi program-program apa saja yang sedang dijalankan IZI.

Menurut peneliti penyusunan pesan yang dilakukan oleh IZI sudah cukup baik, dalam memfollow-up muzakki pun sudah cukup baik, namun bila dibandingkan dengan Lembaga Zakat lainnya, masih ada kekurangan dalam penyusunan pesan ini, dan IZI haruslah berusaha lebih baik lagi kedepannya.

#### **Menetapkan Metode**

Dari data diatas dikatakan bahwa IZI dalam mensosialisasikan program-programnya menggunakan metode pengulangan atau redudancy (repetition) dan juga metode canalizing. Kedua metode tersebut diharapkan bisa membantu untuk membawa lebih banyak lagi donatur yang membantu program-program yang dilakukan IZI.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut hasil observasi peneliti kedua metode yang digunakan IZI sudah cukup baik, namun alangkah lebih baiknya bila menambah metode-metode lain untuk lebih mengoptimalkan hasil dari sosialisasi tersebut. karena bila hanya menggunakan dua metode itu saja, hasilnya butuh waktu yang lama untuk bisa terlihat, karena seperti yang kita ketahui kedua metode tersebut bekerja secara perlahan.

#### Seleksi dan kegunaan media

Media yang digunakan IZI dalam sosialisasi massa adalah media online, yaitu media internet seperti website, blog, portal online, dan media sosial. IZI memang belum menggunakan media cetak, dan media elektronik. IZI belum menggunakan media massa seperti koran, TV, radio, majalah.

Menurut analisa peneliti, media massa yang digunakan IZI masih terbatas pada media online saja. Tapi, di zaman milenial ini masyarakat memang lebih suka untuk menggunakan media sosial dibanding media non-online. Jadi, memang lebih efektif untuk menggunakan media online dibanding media lainnya. Namun tetap, bila IZI bisa memegang seluruh media massa, itu pastinya akan lebih baik lagi untuk IZI.